

SPIEGEL-GESPRÄCH

„Mich stört die Weinerlichkeit“

Axel-Springer-Chef Mathias Döpfner, 46, über die Presse-Krise, die Zukunft journalistischer Qualität im Internet und die Frage, weshalb Charlotte Roche ihn für einen schlechten Menschen hält

SPIEGEL: Herr Döpfner, Die Ärzte besingen „Bild“ gerade als Mischung aus „Angst, Hass, Titten und dem Wetterbericht“. Wann war Ihnen das Flaggschiff Ihres Verlags zum letzten Mal peinlich?

Döpfner: Ein Jammer, dass Die Ärzte „Bild“ nicht lesen. Ich finde, dass sie in besonders guter Verfassung ist und ihr der Umzug von Hamburg nach Berlin sehr gutgetan hat.

SPIEGEL: „Bild“ definiert sich als Massenblatt. Doch die Auflage sinkt und sinkt.

Döpfner: Da ist „Bild“ ja in bester Gesellschaft. Ich halte das angesichts der vielen zusätzlichen Medienangebote von Privatfernsehen über Internet bis zu Handy-Kommunikation für eine nicht schöne, aber leider relativ normale Entwicklung.

SPIEGEL: In Ihrem Zeitungs-Kerngeschäft bröckeln fast überall die Auflagen. Und Sie nehmen das als naturgegeben hin?

Döpfner: Steigende Auflagen wären natürlich schöner. Mir ist wichtig, dass wir keine Marktanteile verlieren, rechtzeitig den Sprung ins Online-Geschäft geschafft haben und unsere Auflagen profitabel halten. Ich will das nicht schönreden, uns ärgert der Auflagentrend, aber es ist doch keine Tragödie: Bei „Bild“ steigt seit 20 Jahren die Reichweite. Täglich knapp zwölf Millionen Leser – das schafft nicht mal das Fernsehen. Und sie erwirtschaftet eine Rendite, da müsste man rot werden, wenn es das Logo nicht schon wäre. Die „Welt“-Gruppe hat 2007 erstmals Geld verdient und ihren Gewinn 2008 noch gesteigert.

SPIEGEL: Schiere Rendite sollte für Verleger eine trügerische Größe sein.

Döpfner: Ist Rendite jetzt schon ein Schimpfwort? Gewinn ist vielleicht nicht alles, aber ohne Gewinn ist alles nichts. Gewinn ist die Grundlage für unabhängigen Journalismus. Wir fangen mit Preiserhöhungen den Auflagenrückgang auf. „Bild“ kostet heute je nach Region 50 oder 60 Cent. Das ist ein Schnäppchen.

SPIEGEL: Sie behaupten das einfach. Aber die sinkende Auflage könnte vielleicht auch ein Beleg dafür sein, dass Leser einfach nicht mehr für das Blatt zahlen wollen.

Döpfner: Die Boulevardzeitungen in anderen Ländern sind deutlich teurer. Zeitungen sind noch immer sehr günstig.



FOTOS: NORBERT MICHALKE

Das Gespräch führten die Redakteure Isabell Hülsen und Thomas Tuma.

Verlagschef Döpfner: „Ich begreife den Staat nicht als Getränkeautomaten“

Die Menschen zahlen heute für eine SMS – „Ich bin gleich da“ – zehn Cent.

SPIEGEL: Neuerdings sinken nicht nur die Auflagen. Wegen der Wirtschaftskrise bricht plötzlich überall das Anzeigengeschäft ein, weil die Industrie weniger wirbt. Wagen Sie eine Prognose für dieses Jahr!

Döpfner: Ich werde mich hüten. Die Entwicklungen 2009 sind absolut unberechenbar. Auch wir spüren, dass das Jahr schwieriger wird. Aber ich glaube, dass wir am Ende zu den Gewinnern gehören können.

nächsten halbseidenen Investor. Droht den deutschen Verlegern Ähnliches?

Döpfner: Man sollte niemals nie sagen. Aber es gibt ein paar wesentliche Unterschiede. Auch wenn ich jetzt leider die Konkurrenz einbeziehen muss, die deutschen Blätter sind einfach besser, und einige deutsche Verlage haben sich wesentlich schneller auf das Internet eingestellt. Viele Verlage verdienen noch immer gut, da wird auf hohem Niveau gejammert. Wenn man aber in einen Teufelskreis gerät aus Renditedruck

SPIEGEL: Und wenn es die einzige Chance wäre, Zeitungsvielfalt zu erhalten?

Döpfner: Die Trennung von Staat und Presse ist Grundlage unserer demokratischen Verfassung. Ich begreife den Staat nicht als Getränkeautomaten, wo sich jeder mal was abzapfen kann, der gerade Durst hat. Solche willkürlichen Subventionen halte ich in den meisten bisherigen Fällen für ordnungspolitischen Wahnsinn – den Staatseinstieg bei der Commerzbank inklusive. Überspitzt formuliert: Selbst ein



Newsroom der „Welt“-Gruppe in Berlin: „Ist Rendite jetzt ein Schimpfwort?“

SPIEGEL: Eine fromme Hoffnung.

Döpfner: Wir haben 2008 den Umsatz um 5,8 Prozent gesteigert, das höchste Ergebnis in der Geschichte von Axel Springer erzielt und schlagen mit 4,40 Euro die höchste Dividende aller Zeiten vor. Die Mitarbeiter profitieren davon durch eine Gewinnbeteiligung, aber auch für uns gelten die Gesetze der Schwerkraft. Daher bewegen wir uns vorsichtig durch das Jahr.

SPIEGEL: Wird Springer um Entlassungen herumkommen?

Döpfner: Bisher mussten wir keine harten Einschnitte vornehmen, und es sind auch keine geplant. Bei Axel Springer hat es in den Jahren, die ich überblicken kann, keine betriebsbedingten Kündigungen gegeben. Momentan übertreiben viele mit ihrer apokalyptischen Endzeitstimmung. Aber völlig ausschließen kann auch ich in diesem Umfeld nichts.

SPIEGEL: In den USA hat die Wirtschaftskrise den rasanten Niedergang der Zeitungen noch beschleunigt. Selbst ehrwürdige Blätter wie die „New York Times“ hangeln sich von einer Umschuldung zum

und nachlassender Qualität, darf man sich nicht wundern, wenn es bergab geht. Obendrein tragen verunsicherte Journalisten dazu bei, sich selbst zu entzaubern.

SPIEGEL: Wen meinen Sie?

Döpfner: Ich finde es erstaunlich, mit welchem Masochismus manche Journalisten ihrer Branche attestieren, einer aussterbenden Art anzugehören. Die Zukunft gehöre dem Bürgerjournalismus und Blogs. Ja, das sind großartige Bereicherungen, aber mit Journalismus hat das nichts zu tun. Da muss wohl etwas verwechselt worden sein. Zeitungen und Zeitschriften sind immer noch die wirkungsmächtigsten Medien, für Leser wie Werbeindustrie.

SPIEGEL: In Frankreich subventioniert Staatspräsident Nicolas Sarkozy bald Zeitungsabos. In Deutschland wird über Staatshilfen für notleidende Medien gesprochen.

Döpfner: Ich hoffe, dass es dazu nie kommen wird. Aber ich schließe nicht aus, dass der eine oder andere notleidende Verlag bei der Regierung anklopft. Das wäre ein rabenschwarzer Tag für die Pressefreiheit in diesem Land und ein wahrer Tabubruch.

bankrott Medienunternehmen ist besser als ein staatlich finanziertes und gelenktes. Wozu es führt, wenn sich Politiker die Chefredakteure auch noch selbst ernennen wollen, kann man ja gerade beim ZDF besichtigen.

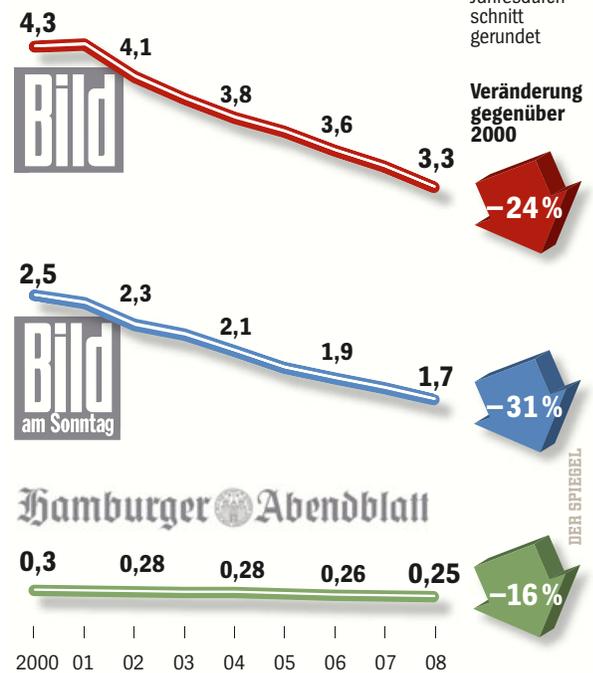
SPIEGEL: Andererseits gibt es Landstriche in Deutschland, wo die von Ihnen beschworene Pressevielfalt längst verödet ist. Man könnte Verleger doch als journalistische Grundversorger begreifen.

Döpfner: Also doch öffentlich-rechtliche Presse? Um Gottes willen! Verleger sind private Unternehmer, die eigenständig ihre ökonomischen Ziele erreichen müssen. Was mich stört, ist die Weinerlichkeit in Teilen unserer Zunft. Veränderung bedeutet auch Chance. Es nutzt nichts, die Leser zu beschimpfen, wenn sie Richtung Online abwandern. Man muss ihnen folgen und neue Angebote machen. Ja, wir erleben einen Strukturwandel. Aber den haben andere Branchen schon hinter sich – von der Auto- über die Banken- bis zur Stahlindustrie. Der Staat muss uns nicht subventionieren, er soll lediglich freiere Rahmenbe-

Abwärtstrend bei Springer

Verkaufte Auflage in Millionen

Quelle: IWW; Jahresdurchschnitt gerundet



DER SPIEGEL

dingungen schaffen. Das ist billiger als eine Verstaatlichung.

SPIEGEL: Ein Marktliberaler wie Sie will sicher weniger Werbeverbote und ein lockeres Kartellrecht.

Döpfner: Ganz genau. Der neueste Witz in Brüssel ist ja, über ein Verbot von Unterwäschereklame nachzudenken, weil die diskriminierend sein könnte. Wo soll so was bitte hinführen? Wir brauchen eine Aufhebung aller Werbeverbote, für legale Produkte muss auch frei geworben werden dürfen. Wir brauchen eine Modernisierung des Kartellrechts, und wir brauchen eine Anpassung des Urheberrechts.

SPIEGEL: Bisheriges Ergebnis? Gleich null.

Döpfner: Leider haben Sie recht. Beim letzten Anlauf für ein neues Kartellrecht gab es einen vielstimmigen Chor von Einzelinteressen. Allmählich macht sich da aber bei uns Verlagen Vernunft breit. Das gilt auch für das Urheberrecht. Das ist geradezu schicksalhaft für die Verlage. Als man von Zeitungen früher noch ein paar Kopien auf Papier machte, war das nicht weiter wichtig. Durch die Digitalisierung unserer Inhalte hat sich das dramatisch geändert.

SPIEGEL: Auf diese Entwicklung haben die Verlage doch früh gesetzt. Ergebnis: Die Leute haben gar nicht gelernt, für Inhalte im Netz zu zahlen. Ein strategischer Fehler.

Döpfner: Ja, aber da gilt der Satz aus der „Fledermaus“: Glücklicherweise ist, wer vergisst, was doch nicht zu ändern ist. Es kann aber ja wohl nicht sein, dass die einen – die Verlage – heute mit viel Geld und Aufwand Inhalte schaffen. Und andere – Online-Anbieter und -Suchmaschinen – bedienen sich für lau und vermarkten es. Ein gesetzlich zu schaffendes Leistungsschutzrecht muss künftig dafür sorgen, dass die Mehrfachverwertung professionell erstellter Inhalte auch bezahlt wird. Der Copypreis der Zukunft ist das Copyright.

SPIEGEL: Klingt, als wollten Sie sich das Geld nicht vom einzelnen Nutzer holen, sondern über eine Verwertungsgesellschaft, wie die Gema in der Musikbranche.

Döpfner: Es gibt noch keine konkreten Vorstellungen. Wichtig ist, dass der Gesetzgeber das Problem erkennt.

SPIEGEL: So was wird dauern. Sie selbst aber postulieren höchst mutig, dass Springer schon in zehn Jahren die Hälfte von Umsatz wie Gewinn im Netz verdient.

Döpfner: Richtig. Mein Ziel ist es, aus Springer ein Multimediaunternehmen zu machen. Mit bild.de knacken wir gerade die Grenze von einer Milliarde Klicks pro Monat. Schon heute sind viele unserer Online-Aktivitäten profitabel.

SPIEGEL: Sie verdienen dort aber nicht so gut wie früher. Gerade mal 0,8 Millionen

Euro Gewinn in den ersten drei Quartalen 2008 stammen aus dem Online-Geschäft.

Döpfner: Das liegt aber vor allem daran, dass wir laufend weiterinvestieren. Mit gutem Erfolg: Der Umsatz hat sich um 130 Prozent gesteigert.

SPIEGEL: Die Digitalisierung galoppiert und könnte Springer zerstören, bevor die neuen Geschäfte genug Geld abwerfen.

Döpfner: Ja, das kann sie, wenn man den Fortschritt nicht umarmt. Die Digitalisierung kann aber auch dazu führen, dass wir in zehn Jahren noch besser aufgestellt sind als heute. Ich persönlich habe mich noch nie so wohl gefühlt wie zurzeit.

SPIEGEL: Ist das Ihr Ernst?

Döpfner: Allerdings. Als ich Vorstandschef wurde, platzte gerade die Internet-Blase,



„Bild“-Chef Kai Diekmann: „Viel Bigotterie“

und wir hätten die Chance gehabt, antizyklisch zuzukaufen. Nur: Damals war Springer selbst ein Sanierungsfall, die Banken gaben uns keinen Cent. Nun knallt es erneut. Aber diesmal sind wir handlungsfähig. Wir haben kaum Schulden und ein hohes Ergebnis. Das versetzt uns in die Lage, von den niedrigen Unternehmensbewertungen zu profitieren.

SPIEGEL: Statt shoppen zu gehen, haben Sie aber gerade für über 300 Millionen Euro Beteiligungen an Tageszeitungen verkauft.

Döpfner: Wenn Mehrheiten nicht zu gewinnen sind, gibt man Minderheiten besser ab. Dann tauschen wir lieber kaum wachsendes Zeitungs- gegen schnell wachsendes Web-Geschäft.

SPIEGEL: Sie haben schon für Hunderte Millionen Euro in Online investiert und zum Teil teuer eingekauft. Das riesige Wachstum, das hohe Preise vielleicht mal gerechtfertigt hat, ist auch dort vorbei ...

Döpfner: ... aber noch immer sehr solide zweistellig.

SPIEGEL: Und die Inhalte für die Online-Welt sollen künftig Multimediaredakteure liefern, die morgens bild.de bedienen, mittags vielleicht einen TV-Beitrag schneiden und danach noch schnell eine Analyse für die „Welt“ schreiben.

Döpfner: Nein, das wären seelenlose Geschöpfe und seelenlose Produkte. Das funktioniert nicht. Wir werden künftig auf der einen Seite Inhalte-Verarbeiter haben, also Spezialisten, die wissen, wie man eine Internet-Plattform gestaltet oder die Seite eins einer Tageszeitung. Auf der anderen Seite stehen spezialisierte Inhalte-Produzenten: der Fußball-Kenner, der politische Leitartikler, der Rechercheur und Erzähler. Die müssen ihr Fachwissen und Können nur multimedial zur Verfügung stellen.

SPIEGEL: Eierlegende Wollmilchsäue eben.

Döpfner: Nein, eben nicht! Bei uns auf dem Hof steuert einer die Eier bei, der andere die Milch und der dritte das Fleisch. Aber es bedeutet nicht das Ende der journalistischen Berufsehre, wenn ein Redakteur zum Termin noch eine kleine Kamera mitnimmt, aus deren Material ein Kollege einen Beitrag schneidet. Wir haben damit bei „Welt“ und „Berliner Morgenpost“ begonnen. Inzwischen findet unser Modell breiten Anklang, von WAZ bis Gruner + Jahr.

SPIEGEL: In den dortigen Chefetagen vielleicht, nicht unbedingt bei denen, die es machen sollen.

Döpfner: Ich mag das in anderen Verlagen nicht beurteilen. Das Bedürfnis nach gut erzählten Geschichten eint die Menschheit seit Tausenden von Jahren. Und eine gute Geschichte bleibt eine gute Geschichte: ob auf Hochglanzpapier, dem Handy-Display, in Marmortafeln geritzt oder als „Bild“-Schlagzeile.

SPIEGEL: Apropos: Als Charlotte Roche ihre halbe Familie bei einem Autounfall verlor, wurde sie von „Bild“-Reportern bedrängt. Irgendwann traf Roche Sie in einem Flieger und sagte Ihnen ins Gesicht, Sie seien „ein schlechter Mensch“. Wie erlebten Sie das?

Döpfner: Als eine freie Meinungsäußerung, ich habe darüber nachgedacht.

SPIEGEL: Mit welchem Ergebnis?

Döpfner: Dieses Nachdenken hält etwa 27 Jahre an. Seither arbeite ich als Journalist, seither muss ich mich der Verantwortung stellen. Ich habe als Musikkritiker im Lokalteil angefangen, wo man mit einer kleinen Rezension die Karriere eines Pianisten befördern oder beschädigen kann. Dieses Nachdenken hört für mich bei einer Schlagzeile über eine Familientragödie nicht auf. Seither erlebe ich aber auch viel Bigotterie. Sie glauben nicht, wie viele Menschen einer Zeitung ihre intimsten Geschichten aufdrängen, um das Blatt dann für genau diese Geschichte mit gespielter Empörung zu verklagen.

SPIEGEL: Herr Döpfner, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.